

Fladnitzer

Vertrauen als Erfolgsfaktor virtueller Unternehmen

Grundlagen, Rahmenbedingungen und Maßnahmen zur Vertrauensbildung

Vertrauen kann bei neueren Organisations- und Kooperationsformen einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg leisten. Insbesondere bei virtuellen Unternehmen, die aufgrund zahlreicher Faktoren von einer übermäßigen Komplexität geprägt sind, ist die Bildung von Vertrauen wesentlich.

Aufbauend auf Analysen der Vertrauens- und Kooperationsforschung erarbeitet Marliese Fladnitzer einen konzeptionellen Rahmen, der unterschiedliche Dimensionen und Stadien im Vertrauensprozess im wirtschaftlichen Kontext umfasst. Innerhalb dieses theoretischen Konstrukts formuliert sie konkrete Gestaltungsmaßnahmen für die Vertrauensbildung zwischen Mitarbeitern virtueller Unternehmen.

Aufbauend auf Analysen der Vertrauens- und Kooperationsforschung erarbeitet Marliese Fladnitzer einen konzeptionellen Rahmen, der unterschiedliche Dimensionen und Stadien im Vertrauensprozess im wirtschaftlichen Kontext umfasst. Innerhalb dieses theoretischen Konstrukts formuliert sie konkrete Gestaltungsmaßnahmen für die Vertrauensbildung zwischen Mitarbeitern virtueller Unternehmen.



54,99 €

51,39 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783835005136

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8350-0513-6

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungstermin: 24.11.2006

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2006

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 381 g

Seiten: 271

Format (B x H): 148 x 210 mm

